

Sonderausgabe 1/2024

BRAND

NEWS

by stil & markt



Tefal[®]

Pizza Pronto
www.tefal.de



Anzeigen- und Redaktionschluss:
11. September

Erscheinungstermin:
10. Oktober

it's

Showtime!



**Gerne bieten wir Ihnen
und Ihren Neuheiten unsere Bühne –
mit der Sonderausgabe
BRAND NEWS by stil & markt.**

**in Print
& online**

Diese Themen erwarten Sie:
Produkte und Geschenkideen rund
ums Fest der Feste
Weihnachtliche Deko-Trends

Wollen Sie mit Ihren Neuheiten eine tragende Rolle in BRAND NEWS by stil & markt übernehmen?
Unser Mediaberater Markus Erhardt schneidert Ihnen gerne ein passgenaues Angebot.

Kontakt

markus.erhardt@meisenbach.de
Tel.: +49 951 861-105

NEUER STOFF FÜRS STORYTELLING



Liebe Leser,

„Neo-Ökologie ist der Megatrend, der die 2020er prägen wird wie kein anderer: Umweltbewusstsein wird vom individuellen Lifestyle zur gesellschaftlichen Bewegung. Nachhaltigkeit vom Konsumtrend zum Wirtschaftsfaktor.“ Ich übertrage diese Aussage des Zukunftsinstituts in Wien mal in andere Worte: Am Thema Nachhaltigkeit führt kein Weg (mehr) vorbei. Weder für den Handel noch die Industrie.

Grund genug für die stil & markt-Redaktion, der Neo-Ökologie unsere Sonderausgabe zu widmen.

Wobei wir zugegebenermaßen nicht alle Aspekte dieses umfangreichen Stoffes beleuchten können. Da Beratung und Verkauf am besten über das Storytelling funktionieren, haben wir den Schwerpunkt auf Produkte gelegt. Produkte, die Kriterien der Nachhaltigkeit erfüllen, was wiederum ideale Argumente für das Kundengespräch liefert.

Viele Geschichten, die am POS erzählt werden können, hielten und halten auch die Sommermessen bereit. Die Trends Up West und die TrendSet gingen bereits über die Bühne, die Nordstil stand bei Drucklegung dieses Magazins noch in den Startlöchern. Wir haben uns für Sie in Düsseldorf und München umgesehen und eine erste Messelese zusammengestellt, Impressionen aus Düsseldorf und München inklusive. Ich wünsche Ihnen viel Freude mit unserer Brand News by stil & markt!

Ihre

Sabine Stenzel

sabine.stenzel@meisenbach.de

Inhalt

4

Nachhaltig:
Auf dem Weg in eine klimapositive Zukunft

7

Konsumbarometer
Nachhaltigkeit 2024:
Nachhaltigkeit gewinnt an Bedeutung

8

Trends:
Bewusst schenken

10

News:
Green Product Award –
Die Zukunft ist nachhaltig!

12

Nachhaltig:
Produkte

22

Titelstory:
Für echtes Italien-Feeling –
„Pizza Pronto“ von Tefal

24

Neuheiten:
Produkte

33

Messeimpressionen –
Bitte recht freundlich!

34

Impressum

Menschen.
Märkte.
Meisenbach.

Wir führen Menschen und Märkte zusammen.





Das Label side by side verwendet für seine Produkte in erster Linie heimische Hölzer (im Bild der Kräutertrockner „CrissCross“).
© side by side

AUF DEM WEG IN EINE KLIMAPOSITIVE ZUKUNFT

Der Einsatz umweltfreundlicher Materialien wie Bio-Baumwolle, grüne Alternativen zu Einweg-Geschirr, PFAS-freie Pfannen, nachhaltige Geschenkideen und umweltfreundliche Verpackungen – auch in unserer Branche zeigt sich Nachhaltigkeit in all ihren Facetten. Einige davon beleuchten wir näher.

Nachhaltigkeit hat sich in den vergangenen Jahren zum wichtigen Verkaufsargument entwickelt, das Handel und Industrie gleichermaßen ins Feld führen. Der Begriff umfasst dabei verschiedene Aspekte. Dazu zählen die Reduzierung von CO₂-Emissionen, die Verwendung umweltfreundlicher Materialien, die lokale Produktion, faire Arbeitsbedingungen in der Lieferkette, die Förderung von Recycling und Wiederverwendung sowie eine verantwortungsvolle Unternehmensführung.

Zahlreiche Lieferanten haben sich mittlerweile Nachhaltigkeit als strategisches Unternehmens-

ziel gesetzt. Der französische Hersteller de Buyer beispielsweise bevorzugt ein Wirtschaftsmodell der Kreislaufwirtschaft: Seine antihafbeschichteten Produkte werden demontiert, um die eingesetzten Materialien recyceln zu können. Um die Kunden zu bewusstem Einkauf anzuhalten, hebt der französische Produzent Produktmerkmale wie Dauerhaftigkeit und Robustheit hervor. Auch die Umwelt in seiner Heimat liegt dem Unternehmen am Herzen. Um den Fluss am Firmensitz in den Vogesen und seinen Fischbestand zu schützen, verfügt die Fabrik über eine eigene Wasseraufbereitungsanlage. Zudem wurden in der Um-

gebung der Werkshallen Bienenstöcke aufgestellt. Das Familienunternehmen Brabantia hat sich zum Ziel gesetzt, bis 2035 ein 100 %-iges Kreislaufdesign zu erreichen. Dazu gehören 100 % gesunde Materialien, 100 % erneuerbare Energien, 100 % sauberes Abwasser, 100 % recycelte Produktionsabfälle, 100 % recycelte/biobasierte Materialien und 100 % recycelbare Produkte. Laut seinem aktuellen „Impact Report“ wurden im Jahr 2023 auf dem Weg zu diesen Zielen 98 % sichere Materialien (rechtlich 100 % sicher), 67 % erneuerbare Energie, 100 % sauberes Wasser, 94 % recycelte Produktionsabfälle, 38 % recycelte/bio-

basierte Materialien und 94 % recycelbare Produkte erreicht. Mehr als 700 Artikel von Brabantia und damit 80 % des von Brabantia hergestellten Sortiments besitzen aktuell das Cradle to Cradle®-Zertifikat der Stufe Bronze oder Silber.

Soziale Verantwortung

Auch Mepal befindet sich auf dem Weg in eine klimapositive Zukunft und strebt „100 % Recyclingfähigkeit“ seiner Produkte an. Die Artikel können am Ende ihres Lebenszyklus wieder einfach in ihre Bestandteile zerlegt werden, sodass diese wiederaufbereitet werden können. Eine wichtige Rolle spielen für das Unternehmen soziale Aspekte. Seit Langem arbeitet der niederländische Hersteller mit sozialen Einrichtungen zusammen. Ziel ist, Menschen mit körperlichen oder geistigen Beeinträchtigungen in den Arbeitsprozess einzubinden, sie wieder einzugliedern und ihre Arbeitsfähigkeit, beispielsweise nach traumatischen Erfahrungen, zu fördern. Hauptaufgabe dieser Mitarbeiter ist die Montage und Verpackung von Produkten.

„Diese Art der Zusammenarbeit ist mittlerweile Teil unserer DNA geworden“, so das Unternehmen. „Wir sind permanent bestrebt, die Zusammenarbeit mit lokalen Produktions- und Montagepartnern zu optimieren. Mepal wächst stetig, und davon profitieren auch diese Unternehmen. Wir bieten ihnen einen kontinuierlichen Materialfluss, an dem sie arbeiten können. Um gemeinsam zu wachsen, müssen auch sie sich professionalisieren, zuverlässiger und effizienter werden. Wir investieren gemeinsam viel Zeit und Aufwand, um dies zu erreichen. Und das mit Erfolg. Was jedoch noch wichtiger ist: Die Mitarbeiter der Unternehmen sind wirklich stolz und begeistert, für Mepal zu arbeiten.“

Für die enge Zusammenarbeit zwischen Designern und behinderten Menschen steht das Label side by side. Gegründet wurde es 2002 in Zusammenarbeit mit der Designerin und heutigen Projektleiterin Sabine Meyer und den Caritas Wendelstein Werkstätten. Anspruchsvoll gestaltete Produkte sollen neue Käuferschichten gewinnen und der breiten Öffentlichkeit zeigen, welche Leistungen in Werkstätten erbracht werden.



Im Rahmen seiner „Learn-Work Company“ kooperiert Mepal mit verschiedenen Sozialwerkstätten. Menschen mit Beeinträchtigungen montieren und verpacken dort die Produkte des niederländischen Herstellers. © Mepal



FEEL
SOUND

ORIGINAL RELAXOUND BOXEN

Entdecken Sie etwas Einzigartiges: Relaxound Boxen sind Designobjekte mit echtem Mehrwert. Sie entspannen im Vorbeigehen mit natürlichen Klangkulissen und lassen sich ideal kombinieren. Erstmals kann man sich mit Klängen einrichten: Relaxound Boxen bringen den Wald nach Hause, entführen uns in den Dschungel oder ans Meer, sie bringen uns auf eine Sommerwiese oder auf eine malerische Bergalm. So geht **Feel sound!**

